

ABSTRAK

Qiu Qiu Laundry (QQ) adalah perusahaan jasa pencucian dan setrika seperti pakaian, *bedcover*, dan lain sebagainya, yang berdiri pada tahun 2018. Dalam penelitian ini, penulis membatasi penelitian hanya pada jasa cuci dan setrika pakaian. Berdasarkan data omset tahun 2019-2020, perusahaan hanya 3 kali mencapai target omset dengan persentase pencapaian 12.5%. Tujuan penelitian ini yaitu: mengetahui variabel apa saja yang menjadi kepentingan konsumen dalam memilih *laundry*, mengetahui loyalitas konsumen terhadap QQ, mengetahui tingkat kinerja QQ saat ini, mengetahui variabel kinerja apa saja yang mempengaruhi loyalitas konsumen, mengetahui posisi QQ dalam persaingan, memberikan usulan *segmentation, targeting, dan positioning* (STP) yang tepat untuk QQ, mengetahui strategi bauran pasar yang sebaiknya dilakukan QQ untuk mencapai target omset.

Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner dan observasi. Konsep *product, price, place, promotion, people, process, physical evidence* (7P), STP, dan teori loyalitas konsumen menurut Jill Griffin digunakan dalam penyusunan kuesioner.

Penyebaran kuesioner dilakukan 2 kali, yaitu kuesioner pendahuluan untuk mengetahui kepentingan responden secara umum dalam memilih *laundry* serta melihat pesaing terkuat QQ. Kuesioner pendahuluan disebar untuk 50 responden usia ≥ 17 tahun dan pengguna jasa *laundry*. Kuesioner penelitian digunakan untuk memperoleh data mengenai tingkat kepentingan konsumen, kinerja QQ, loyalitas konsumen, dan peringkat keunggulan QQ dibandingkan pesaing, disebar untuk 120 responden usia ≥ 17 tahun, konsumen QQ, dan ≥ 1 kali telah mengunjungi *laundry* pesaingnya dalam kurun waktu 7 bulan terakhir.

Hasil dari kuesioner pendahuluan adalah 53 variabel dipentingkan oleh konsumen, dan pesaing QQ yaitu Quantum Laundry dan Day Clean. Data kuesioner penelitian profil responden disajikan dengan *pie chart*. Data tingkat kinerja dan loyalitas diolah dengan *Multiple Regression Analysis* (MRA) untuk mengetahui variabel kinerja yang berpengaruh terhadap loyalitas. Data tingkat kepentingan dan kinerja diolah dengan *Importance Performance Analysis* (IPA) untuk mengetahui variabel yang tergolong kedalam kuadran perbaikan. Data peringkat keunggulan diolah dengan *Correspondence Analysis* (CA) untuk melihat peringkat keunggulan dan kelemahan variabel kinerja QQ dari pesaingnya.

Dari pengolahan MRA, didapat nilai $R=0,464$ dan $R^2=21.5\%$. Diperoleh variabel kinerja yang mempengaruhi loyalitas konsumen, yaitu kedekatan lokasi *laundry* dengan akses jalan raya (X_{15}) dan kebersihan pakaian karyawan (X_{39}). Dari pengolahan IPA, didapat 13 variabel yang dapat dipertahankan dan 23 variabel yang perlu diperbaiki QQ. Dari pengolahan CA, diperoleh variabel peringkat keunggulan QQ, yaitu 18 variabel Peringkat 1 (keunggulan), 6 variabel Peringkat 2, dan 12 variabel Peringkat 3 (kelemahan). Terakhir dilakukan analisis gabungan dari ketiga metode tersebut untuk menentukan prioritas perbaikan yang dapat dilakukan perusahaan.

Usulan *targeting* adalah pria dan wanita, merupakan pelajar/mahasiswa dan pegawai swasta, dan lain sebagainya. Usulan *positioning* adalah “Mudah, Berkualitas, dan Tepat Waktu”. Dari hasil analisis gabungan, beberapa usulan diberikan, yaitu: menyediakan fasilitas *free pick up* dan *delivery*, menerapkan protokol kesehatan dengan penggunaan masker saat bekerja, dan lain-lainnya.

DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI	iii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI LAPORAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	1-1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1-1
1.2 Identifikasi Masalah	1-3
1.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi	1-4
1.4 Perumusan Masalah.....	1-4
1.5 Tujuan Penelitian.....	1-4
1.6 Sistematika Penulisan.....	1-5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	2-1
2.1 Pemasaran.....	2-1
2.2 Manajemen Pemasaran.....	2-1
2.3 Jasa	2-1
2.4 <i>Segmenting, Targeting, dan Positioning</i>	2-2
2.5 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	2-3
2.6 Loyalitas Konsumen.....	2-4
2.7 Metode Pengumpulan Data	2-5
2.8 Populasi dan Sampel	2-7
2.9 Ukuran Sampel.....	2-8
2.10 Teknik Sampling	2-8
2.11 Skala Pengukuran.....	2-11

2.12	Validitas dan Reliabilitas	2-13
2.13	Asumsi Klasik	2-16
2.14	<i>Multiple Regression Analysis</i> (MRA)	2-17
2.15	<i>Importance Performance Analysis</i> (IPA).....	2-18
2.16	<i>Correspondence Analysis</i> (CA).....	2-20
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN.....		3-1
3.1	<i>Flowchart</i> Penelitian	3-1
3.2	Keterangan <i>Flowchart</i>	3-5
3.2.1	Mulai.....	3-5
3.2.2	Pencarian Tempat Penelitian	3-5
3.2.3	Penelitian Pendahuluan	3-5
3.2.4	Identifikasi Masalah	3-5
3.2.5	Pembatasan Masalah dan Asumsi	3-5
3.2.6	Perumusan Masalah.....	3-6
3.2.7	Tujuan Penelitian.....	3-6
3.2.8	Tinjauan Pustaka	3-7
3.2.9	Model Penelitian.....	3-7
3.2.10	Desain dan Identifikasi Variabel Penelitian	3-8
3.2.11	Penyusunan Kuesioner	3-14
3.2.12	Pengujian Validasi Konstruk.....	3-16
3.2.13	Penentuan Teknik Sampling dan Jumlah Sampel Kuesioner Pendahuluan	3-17
3.2.14	Penyebaran Kuesioner Pendahuluan	3-17
3.2.15	Pengolahan Kuesioner Pendahuluan	3-17
3.2.16	Revisi Kuesioner Penelitian.....	3-18
3.2.17	Jumlah Sampel Kuesioner Penelitian	3-18
3.2.18	Teknik Sampling dan Penyebaran Kuesioner Penelitian.....	3-19
3.2.19	Uji Validitas.....	3-20
3.2.20	Uji Reliabilitas.....	3-20
3.2.21	Pengolahan Data	3-21
3.2.22	Analisis dan Usulan	3-29

3.2.23	Kesimpulan dan Saran	3-31
3.2.24	Selesai	3-31
BAB 4	PENGUMPULAN DATA.....	4-1
4.1	Data Umum Perusahaan	4-1
4.1.1	Sejarah Perusahaan	4-1
4.1.2	Struktur Organisasi	4-1
4.2	Kuesioner Pendahuluan.....	4-1
4.2.1	Bagian 1	4-2
4.2.2	Bagian 2.....	4-3
4.3	Kuesioner Penelitian	4-4
4.3.1	Bagian 1	4-5
4.3.2	Bagian 2.....	4-11
4.3.3	Bagian 3.....	4-13
4.3.4	Bagian 4.....	4-14
BAB 5	PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS	5-1
5.1	Uji Validitas Konstruk	5-1
5.2	Pengolahan Kuesioner Pendahuluan	5-1
5.2.1	Persentase Jawaban Tingkat Kepentingan Responden.....	5-1
5.2.2	Persentase Perusahaan Pesaing.....	5-5
5.3	Pengolahan Kuesioner Penelitian.....	5-6
5.3.1	Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	5-6
5.3.1.1	Uji Validitas.....	5-7
5.3.1.2	Uji Reliabilitas	5-7
5.3.2	Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas Tingkat Kepentingan	5-7
5.3.3	Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas Tingkat Kinerja.....	5-12
5.3.4	Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas Loyalitas	5-22
5.4	Pengujian Asumsi Klasik	5-23
5.4.1	<i>Normality</i>	5-26
5.4.2	<i>Heteroscedasticity</i>	5-27
5.4.3	<i>Autocorrelations</i>	5-28
5.4.4	<i>Linearity</i>	5-29

5.4.5	<i>Multicollinearity</i>	5-32
5.5	Pengolahan Data.....	5-34
5.5.1	<i>Multiple Regression Analysis (MRA)</i>	5-34
5.5.1.1	Koefisien Determinasi (R^2).....	5-36
5.5.1.2	Koefisien Korelasi	5-37
5.5.1.3	Uji F.....	5-38
5.5.1.4	Uji t	5-38
5.5.2	<i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	5-40
5.5.3	<i>Correspondence Analysis (CA)</i>	5-46
5.5.4	Loyalitas Konsumen.....	5-54
5.5.5	Analisis Gabungan <i>Multiple Regression Analysis (MRA)</i> , <i>Correspondence Analysis (CA)</i> , dan <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA).....	5-60
5.5.6	Profil Responden	5-62
5.5.6.1	<i>Segmentation</i>	5-62
5.5.6.2	<i>Targeting</i>	5-75
5.5.6.3	<i>Positioning</i>	5-76
5.6	Usulan	5-78
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN		6-1
6.1	Kesimpulan	6-1
6.2	Saran.....	6-11
DAFTAR PUSTAKA		
KOMENTAR DOSEN PENGUJI		
DATA PENULIS		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Tabel Omset Qiu Qiu <i>Laundry</i> Tahun 2019-2020	1-2
3.1	Tabel Variabel Loyalitas Konsumen	3-9
3.2	Tabel Variabel 7P	3-11
3.2	Tabel Variabel 7P (Lanjutan 1)	3-12
3.3	Tabel Variabel Segmentasi	3-13
3.4	Tabel Analisis Gabungan MRA, IPA, dan CA	3-30
4.1	Tabel Data Hasil Kuesioner Pendahuluan Bagian 1	4-2
4.1	Tabel Data Hasil Kuesioner Pendahuluan Bagian 1 (Lanjutan 1)	4-3
4.2	Tabel Data Hasil Kuesioner Pendahuluan Bagian 2	4-4
4.3	Tabel Data Usia Responden	4-5
4.4	Tabel Data Jenis Kelamin Responden	4-5
4.5	Tabel Data Pekerjaan Responden	4-5
4.6	Tabel Data Uang Saku Responden	4-6
4.7	Tabel Data Pendapatan Responden	4-6
4.8	Tabel Data Media Elektronik yang Sering Digunakan	4-6
4.9	Tabel Data Media Cetak yang Sering Digunakan Responden	4-7
4.10	Tabel Data Sosial Media yang Sering Dugunakan Responden	4-7
4.11	Tabel Data Durasi Penggunaan Media Sosial Responden	4-7
4.12	Tabel Data Barang yang Sering Dicuci Responden	4-8
4.13	Tabel Data Alasan Penggunaan Jasa <i>Laundry</i> Responden	4-8
4.14	Tabel Data Frekuensi Penggunaan Jasa <i>Laundry</i> Responden	4-8
4.15	Tabel Data Total Berat dalam Sekali <i>Laundry</i> Responden	4-9
4.16	Tabel Data Besar Biaya dalam Sekali <i>Laundry</i> Responden	4-9
4.17	Tabel Data Metode Pemesanan yang Disukai Responden	4-9
4.18	Tabel Data Metode Pembayaran yang Digunakan Responden	4-10
4.19	Tabel Data Fasilitas <i>E-Money</i> yang Sering Digunakan Responden	4-10
4.20	Tabel Data Tingkat Kepentingan	4-11
4.21	Tabel Data Tingkat Kinerja	4-12
4.22	Tabel Data Tingkat Loyalitas Konsumen	4-13

Tabel	Judul	Halaman
4.23	Tabel Data Peringkat Keunggulan	4-14
5.1	Tabel Pengolahan Data Kuesioner Pendahuluan Bagian 1	5-2
5.2	Tabel Variabel Kuesioner Penelitian	5-4
5.3	Tabel <i>Laundry</i> Pesaing	5-5
5.4	Tabel Hasil SPSS Pengujian Validitas Tingkat Kepentingan	5-8
5.4	Hasil SPSS Pengujian Validitas Tingkat Kepentingan (Lanjutan 1)	5-9
5.5	Tabel Perbandingan Nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} Tingkat Kepentingan	5-11
5.6	Tabel Hasil SPSS Pengujian Reliabilitas Tingkat Kepentingan	5-12
5.7	Tabel Hasil SPSS Pengujian Validitas Tingkat Kinerja	5-12
5.7	Tabel Hasil SPSS Pengujian Validitas Tingkat Kinerja (Lanjutan 1)	5-13
5.7	Tabel Hasil SPSS Pengujian Validitas Tingkat Kinerja (Lanjutan 2)	5-14
5.8	Tabel Perbandingan Nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} Tingkat Kinerja	5-15
5.9	Tabel Hasil SPSS Pengujian Validitas Ke-2 Tingkat Kinerja	5-16
5.9	Tabel Hasil Pengujian Validitas Ke-2 Tingkat Kinerja (Lanjutan 1)	5-17
5.9	Tabel Hasil Pengujian Validitas Ke-2 Tingkat Kinerja (Lanjutan 2)	5-18
5.10	Tabel Perbandingan Nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} Ke-2 Tingkat Kinerja	5-18
5.11	Tabel Hasil SPSS Pengujian Validitas Ke-3 Tingkat Kinerja	5-19
5.11	Tabel Hasil Pengujian Validitas Ke-3 Tingkat Kinerja (Lanjutan 1)	5-20
5.12	Tabel Perbandingan Nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} Ke-3 Tingkat Kinerja	5-21
5.13	Tabel Hasil SPSS Pengujian Reliabilitas Tingkat Kinerja	5-22
5.14	Tabel Hasil SPSS Pengujian Validitas Loyalitas Konsumen	5-22
5.15	Tabel Perbandingan Nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} Loyalitas Konsumen	5-23
5.16	Tabel Hasil SPSS Pengujian Reliabilitas Loyalitas Konsumen	5-23
5.17	Tabel Variabel Independen	5-24
5.18	Tabel Nilai Rata-rata Loyalitas Konsumen	5-25
5.19	Tabel Hasil SPSS Uji Normality <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	5-26
5.20	Tabel Pengujian <i>Heteroscedasticity</i>	5-27
5.20	Tabel Pengujian <i>Heteroscedasticity</i> (Lanjutan 1)	5-28
5.21	Tabel Pengujian <i>Autocorrelations</i>	5-29
5.22	Tabel Pengujian <i>Linearity</i> Variabel Loyalitas dengan Variabel 1	5-30

Tabel	Judul	Halaman
5.23	Tabel Rangkuman Pengujian <i>Linearity</i>	5-31
5.24	Tabel Pengujian <i>Multicollinearity</i>	5-32
5.25	Tabel Rangkuman Asumsi Klasik	5-33
5.26	Tabel Variabel untuk Pengolahan Data MRA	5-34
5.27	Tabel Hasil Pengujian Koefisiensi Persamaan Regresi	5-36
5.27	Tabel Hasil Pengujian Koefisiensi Persamaan Regresi (Lanjutan 1)	5-37
5.28	Tabel Hasil Pengolahan SPSS Uji F	5-38
5.29	Tabel Hasil Pengolahan SPSS Uji t	5-39
5.30	Tabel Variabel untuk Pengolahan Data IPA dan CA	5-41
5.31	Tabel Nilai Rata-rata Tingkat Kinerja dan Tingkat Kepentingan	5-42
5.32	Tabel Variabel Kuadran I IPA	5-44
5.33	Tabel Variabel Kuadran II IPA	5-45
5.34	Tabel Variabel Kuadran III IPA	5-45
5.35	Tabel Variabel Kuadran IV IPA	5-46
5.36	Tabel Peringkat Keunggulan	5-47
5.37	Tabel Ringkasan Perhitungan Jarak	5-51
5.38	Tabel Variabel Peringkat 1	5-52
5.39	Tabel Variabel Peringkat 2	5-53
5.40	Tabel Variabel Peringkat 3	5-53
5.41	Tabel Pengolahan Data Loyalitas Konsumen	5-54
5.42	Tabel Analisis Gabungan	5-60
5.43	Tabel Rangkuman Profil Responden	5-73
5.43	Tabel Rangkuman Profil Responden (Lanjutan 1)	5-74
5.44	Tabel Rangkuman <i>Targeting</i>	5-75

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	Gambar Grafik Omset Tahun 2019-2020	1-2
2.1	Gambar Klasifikasi Teknik Sampling	2-9
2.2	Gambar <i>Matrix Importance Performance Analysis</i> (IPA)	2-19
3.1	Gambar <i>Flowchart</i> Penelitian	3-1
3.1	Gambar <i>Flowchart</i> Penelitian (Lanjutan 1)	3-2
3.1	Gambar <i>Flowchart</i> Penelitian (Lanjutan 2)	3-3
3.1	Gambar <i>Flowchart</i> Penelitian (Lanjutan 3)	3-4
3.2	Gambar Model Penelitian	3-7
3.3	Gambar Desain Penelitian	3-8
3.4	Gambar QR Code Kuesioner Penelitian	3-19
3.5	Gambar <i>Matrix Importance Performance Analysis</i> (IPA)	3-22
4.1	Gambar Struktur Organisasi Qiu Qiu Laundry	4-1
5.1	Gambar Laundry Pesaing	5-5
5.2	Gambar Grafik <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)	5-43
5.3	Gambar Hasil Pengolahan CA	5-49
5.4	Gambar Contoh Pengukuran Jarak Variabel 1	5-50
5.5	Gambar <i>Pie Chart</i> Variabel 1 Loyalitas Konsumen	5-56
5.6	Gambar <i>Pie Chart</i> Variabel 2 Loyalitas Konsumen	5-57
5.7	Gambar <i>Pie Chart</i> Variabel 3 Loyalitas Konsumen	5-58
5.8	Gambar <i>Pie Chart</i> Variabel 4 Loyalitas Konsumen	5-59
5.9	Gambar Jenis Kelamin	5-62
5.10	Gambar Usia	5-62
5.11	Gambar Pekerjaan	5-63
5.12	Gambar Uang Saku per Bulan	5-64
5.13	Gambar Pendapatan/Gaji per Bulan	5-64
5.14	Gambar Alasan Penggunaan Jasa Laundry	5-65
5.15	Gambar Frekuensi Penggunaan Jasa Laundry	5-66
5.16	Gambar Barang yang Dibersihkan	5-66
5.17	Gambar Total Berat	5-67

Gambar	Judul	Halaman
5.18	Gambar Besar Biaya	5-68
5.19	Gambar Metode Pembayaran	5-68
5.20	Gambar <i>E-money</i>	5-69
5.21	Gambar Media Elektronik	5-70
5.22	Gambar Media Cetak	5-70
5.23	Gambar Sosial Media	5-71
5.24	Gambar Durasi Penggunaan Sosial Media	5-72
5.25	Gambar Metode Pemesanan	5-72
5.26	Gambar Penempatan Aktual Papan Nama Qiu Qiu <i>Laundry</i>	5-80
5.27	Gambar Spanduk Penunjuk Arah Usulan	5-81
5.28	Gambar Perbandingan Ukuran Papan Nama	5-81
5.29	Gambar Papan Nama Usulan	5-82
5.30	Gambar Usulan Penempatan Papan Nama	5-83
5.31	Gambar Usulan Pemasangan Papan Nama	5-83
5.32	Gambar Keadaan Karyawan Saat Bekerja	5-84
5.33	Gambar Papan Nama Aktual Qiu Qiu <i>Laundry</i>	5-85
5.34	Gambar Usulan Daftar Layanan dan Harga Qiu Qiu <i>Laundry</i>	5-88
5.35	Gambar Setrika Uap <i>Boiler</i>	5-93
5.36	Gambar Contoh Halaman Instagram Usulan	5-98
5.37	Gambar Usulan Penempelan Stiker	5-99
5.38	Gambar Sampel Pilihan Pewangi	5-100

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner Pendahuluan	L-1
2	Kuesioner Penelitian	L-4
3	Tabel Nilai <i>r Product Moment</i>	L-11
4	Data Mentah Tingkat Kepentingan	L-12
5	Data Mentah Tingkat Kinerja	L-13
6	Data Mentah Loyalitas Konsumen	L-14
7	Data Mentah Peringkat Keunggulan	L-15
8	Data Mentah Profil Responden	L-17
9	<i>Output SPSS Validitas dan Reliabilitas Tingkat Kepentingan</i>	L-18
10	<i>Output SPSS Validitas dan Reliabilitas Tingkat Kinerja</i>	L-19
11	<i>Output SPSS Validitas dan Reliabilitas Loyalitas Konsumen</i>	L-22
12	<i>Output SPSS Asumsi Klasik</i>	L-23
13	Data Mentah Pengolahan <i>Multiple Regression Analysis (MRA)</i>	L-32
14	<i>Output SPSS Multiple Regression Analysis (MRA)</i>	L-32
15	Data Mentah Pengolahan <i>Importnace Performance Analysis (IPA)</i>	L-35
16	<i>Output SPSS Importnace Performance Analysis (IPA)</i>	L-36
17	Data Mentah Pengolahan <i>Correspondence Analysis (CA)</i>	L-37
18	<i>Outpot SPSS Correspondence Analysis (CA)</i>	L-38